

**STRATEGI KOMUNIKASI HUTNAS PEMERINTAHAN KABUPATEN
BENGKALIS DALAM MENSOSIALISASIKAN PILKADA
SERENTAK TAHUN 2015**

Oleh :

Sri Handayani

Email : rahmad.yudha81@yahoo.com

Pembimbing : Ir. Rusmadi Awza. S.Sos. M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293 –
Telp/Fax. 0761 – 63277

Abstract

This study was conducted to determine and analyze to identify their communication, communication media selection, assessment, communication and the role of interest komunitor role in communication for PR communications strategy Bengkalis district administration in disseminating election outright in 2015. The formulation of the problem in this research is how to identify their communication, the selection of communication media, the role of communication and assessment purposes komunitor role in communication for PR communications strategy Bengkalis district administration in disseminating election outright in 2015.

This research is a descriptive study using a qualitative approach as a tool of analysis. This research was conducted at the Government Public Relations Office, Bengkalis District, which is the executing agency where elections simultaneously in 2015. The sample in this research that Government Relations and Community Leaders Bengkalis Bengkalis which amounted to 7 people. Data collection techniques of observation, interviews and documentation.

The results of the study are from the introduction of targeted communication is known that prior to socialize elections simultaneously in Bengkalis then conducted the meeting in order to plan socialization which will be held as well as the objects that will be addressed, from the selection of media communication is done by making flyers or pamphlets about the elections simultaneously, from assessment purpose communication message known to the parties involved in the implementation of the socialization of the elections in Bengkalis should focus primarily on delivering the objectives of socialization and of the role of communicators in communication can be seen from the positive impact resulting in socialization election simultaneously in Bengkalis which all parties concerned can carry out their duties in accordance with the functions that have been set before socialization.

PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak pada Desember tahun 2015 sudah lama pemerintah persiapkan mulai dari peraturan perundangan-undangan serta pendanaan. Pilkada serentak yang telah diresmikan oleh

ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) di Kantor KPU Pusat, Pilkada serentak ini penting, karena jadi momentum bangsa untuk memilih kepala daerah secara masif yang terorganisir dan terstruktur.

Pilkada serentak gelombang pertama akan dilaksanakan pada 9 Desember 2015. Gelombang ini untuk kepala daerah dan wakil kepala daerah yang memasuki akhir masa jabatan pada tahun 2015 dan semester pertama 2016. Kemudian gelombang kedua dilakukan pada Februari 2016 untuk semester kedua tahun 2016 dan seluruh daerah yang jatuh pada 2017. Sedangkan gelombang ketiga dilaksanakan pada Juni 2018 untuk yang tahun 2018 dan tahun 2019. Dilaksanakan pilkada serentak dilatabelakangi bahwa pemilihan kepala daerah serentak supaya tercipta efektivitas dan efisiensi anggaran.

Segala persiapan dan niat baik dari KPU RI untuk melaksanakan Pilkada harus disertai dengan keberhasilan dalam pelaksanaan pesta demokrasi itu. Hal tersebut harus dimulai dengan tahapan sosialisasi kepada masyarakat bahwa pada Desember 2015 akan dilaksanakan pilkada serentak, khususnya Pilkada di kabupaten Bengkalis, Riau. Karena menurut jadwalnya Kabupaten Bengkalis masuk dalam rencana Pilkada serentak gelombang pertama pada Desember mendatang. Dalam hal ini pemerintahan kabupaten Bengkalis telah menyiapkan anggaran sebesar Rp 47 miliar untuk menyongsong perhelatan demokrasi. Menjadi permasalahan ialah ketika banyaknya masyarakat di kabupaten Bengkalis selaku pemilik suara belum banyak mengetahui bahwa Desember 2015 akan dilaksanakan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bengkalis akibat kurangnya sosialisasi mengenai Pilkada serentak. Banyaknya masyarakat tidak tahu ketika penulis menanyakan mengenai pada Desember 2015 akan dilaksanakan Pilkada di Kabupaten Bengkalis. Bisa penulis sementara bahwa sosialisasi Pilkada serentak Desember mendatang belum optimal.

Strategi komunikasi adalah paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan (aproach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan guna melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Komunikasi tanpa strategi ibarat orang berjalan tanpa mengetahui seluk beluk jalan yang dilalui. Sebaliknya, komunikasi yang dilakukan dengan strategi yang relevan ibarat orang berjalan dengan mengetahui betul peta jalan dan rambu lalu lintas yang dilaluinya. Dengan demikian strategi komunikasi sangat menentukan adanya efektivitas komunikasi.

Peran dan fungsi Humas pemerintahan sangat memungkinkan untuk dapat mensosialisasikan pilkada serentak agar sukses dilaksanakan. Dalam melaksanakan perannya, menurut Lattimore (2010) ada empat model humas yang selalu diterapkan. Pertama, model press agency (agen pemberitaan); yaitu menggambarkan bagaimana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju publik. Kedua, model informasi publik; yaitu model yang menggambarkan bagaimana humas bertugas memberitahu publik. Model ini selalu dipraktikkan oleh humas pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi nirlaba. Ketiga, model asimetris dua arah; yaitu memandang humas sebagai kerja persuasi ilmiah yang menggunakan hasil riset untuk

mengukur dan menilai publik. Keempat, model simetris dua arah; yaitu sebuah model yang menggambarkan sebuah orientasi humas dimana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi.

Humas yang paling ideal di dunia pemerintahan adalah berdasarkan model simetris dua arah. Peranan Humas pemerintah adalah untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintah, dan mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Termasuk mengenai jadwal pilkada serentak, khususnya di kabupaten Bengkalis.

Humas sangat memiliki jabatan yang penting bagi instansi, karena Humas terlibat dan bersifat integrative dalam manajemen organisasi. Humas harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut. Dengan demikian pihak lain mau dan tertarik dengan senang hati, serta merasa puas membangun relasi dan menggunakan jasanya.

Peran humas selain bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut dimata publik. Pentingnya peran Humas instansi dan lembaga pemerintah dalam masyarakat modern yaitu mensosialisasikan Pilkada serentak yang akan dihelat kabupaten bengkalis Desember 2015 mendatang menjadi tanggung jawab Humas Pemerintahan Bengkalis selaku penyambung lidah pemerintahan Bengkalis ke masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi bahwa masyarakat Bengkalis masih banyak yang belum mahami tetang pilkada serentak, masyarakat yang di observasi menjelaskan bahwa mereka tidak mengetahui bagaimana pilkada serentak yang dimaksudkan oleh pemerintah. Hal demikian dibenarkan oleh panwaslu Kabupaten Bengkalis, bahwa masyarakat Bengkalis masih banyak yang belum memahami pilkada serentak, bahkan di daerah-daerah tertentu masyarakat tidak mengerti apa yang dimaksud dengan pilkada serentak, ini menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Bengkalis belum maksimal dalam mensosialisasikan pilkada serentak. (Mendra, Ketua Panwas Kabupaten Bengkalis, wawancara, 18 Oktober 2015)

Berdasarkan dari fenomena tersebut, penulis tertarik untuk meneliti masalah ini dengan mengambil judul ***“Strategi Komunikasi Hutnas Pemerintahan Kabupaiein Bengkalis dalam Mensosialisasikan Pilkada Serentak Tahun 2015”***

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Strategi Komunikasi

Strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Sedangkan komunikasi menurut Cangara (2012:3), adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya.

Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara, dan menghindari pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya.

Strategi yang baik disusun berdasarkan kombinasi dari: data (fakta), pengalaman dan kepekaan, ilmu (analisis), dan dukungan teknologi untuk memprediksi (*forecasting*) dan mengolah data. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Rhenald, 1994:104).

Menurut Effendy (2007:32), strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Komunikasi juga dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan; yang dilakukan seseorang kepada orang lain secara tatap muka maupun tidak langsung, melalui

media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan, ataupun perilaku.

Unsur-Unsur Pokok Strategi Komunikasi

Menurut Ruslan (1998:127) strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan utama instansi, maka strategi harus memiliki beberapa unsur-unsur pokok, antara lain sebagai berikut:

- a. Unsur menyatu (*unified*), yaitu menyatakan unit atau bagian-bagian dalam suatu organisasi perusahaan, baik keinginan atau tujuan bersifat individual maupun kelompok.
- b. Unsur integrasi (*integrated*) yang merupakan seluruh strategi yang direncanakan secara integral dan akan selalu tepat atau cocok untuk semua kegiatan atau tingkatan dalam struktur organisasi (*manajemen strategi*). Manajemen strategi ini terdiri atas tingkatan sebagai berikut:
 - a) Strategi korporat (*corporate strategy*) yang terdiri dari* beberapa unit bisnis instansi.
 - b) Strategi bisnis (*business strategy*) yang terdiri dari satu unit bisnis.
 - c) Strategi fungsional (*functional strategy*) yang terdiri dari unit-unit pendukung. (*supporting team*).
- c. Unsur menyeluruh (*comprehensive*), yaitu strategi yang direncanakan untuk mencakup semua aspek-aspek.

Tujuan Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku mereka, *Techniques for Effective Communication*, sebagaimana dikutip oleh Effendy (2003:10), menyatakan

bahwa tujuan sentral strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama:

- a. *To secure understanding*, yaitu memastikan bahwakomunikan mengerti pesan yang diterimanya.
- b. *To establish acceptance*, yaitu setelah ia mengerti dan menerima pesan tersebut maka ia harus dibina.
- c. *To motivate action*, setelah menerima dan dibinaakhirnya kegiatan tersebut dimotivasikan.

Hubungan Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut.

Menurut Winardi (1989:46), adapun yang dimaksud dengan strategi adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang tempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasarannya. Sedangkan menurut Effendy (2006:5) adalah: “Strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya”.

Demikian pula strategi komunikasi merupakan panduan dan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya

secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi Onong Uchjana Effendy (2003:35) memberi saran untuk memperhatikan komponen-komponen komunikasi dan factor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Hal yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi adalah sebagai berikut;

1. **Mengenali Sasaran Komunikasi**
Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari terlebih dahulu siapa-siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi.
2. **Pemilihan Media Komunikasi**
Untuk mencapai sasaran komunikasi, dapat dipilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, kesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.
3. **Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi**
Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu seperti menentukan teknik yang harus digunakan, isi yang akan disampaikan, dan bahasa yang harus digunakan.
4. **Peranan Komunikator dalam Komunikasi**
Ada dua faktor yang penting yang perlu diperhatikan pada diri komunikator saat ia menyampaikan pesan, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

Fungsi Strategi Komunikasi

Menurut Agustinus Sri Wahyudi, seperti dikutip oleh Ruslan (1998:130) menjelaskan manfaat yang dapat

diperoleh oleh organisasi dalam menerapkan strategi komunikasi (manajemen strategi) secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Memberikan arah dan tujuan yang jelas dalam jangka panjang.
2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan yang akan mungkin terjadi di masa-masa mendatang.
3. Menciptakan suatu operasional dan fungsional manajemen perusahaan akan lebih efektif dan efisien dalam menghadapi persaingan yang kian tajam Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko tinggi.
4. Keterkaitan Personil dalam membuat strategi akan lebih memotivasi dalam tahap-tahap pelaksanaannya.
5. Aktivitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya berbagai masalah di masa-masa mendatang.
6. Aktivitas yang saling tumpang-tindih antara unit atau divisi dapat dihindarkan.

Humas

Unit kehumasan dalam sebuah lembaga atau instansi pemerintah merupakan keharusan fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan suatu program atau kebijakan lembaga atau instansi pemerintah. Humas dapat merupakan alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi melalui kerja sama dengan pihak pers, media cetak dan elektronik.

Humas menurut Cutlip Center Broom dalam bukunya "*Effective Public Relations*" menyatakan humas

merupakan suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara orang dengan publiknya yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, 2009:58).

Hubungan masyarakat mempunyai dua pengertian yang biasa dikenal sebagai *technique of communication* atau "teknik komunikasi", dan sebagai *method of communication* atau "metode komunikasi".

- a. Hubungan masyarakat sebagai teknik komunikasi

Telah ditegaskan bahwa hubungan masyarakat itu merupakan kegiatan melaksanakan hubungan dengan publik di luar dan didalam organisasi dengan jalan berkomunikasi. Komunikasi yang dilakukan tertentu tidak sembarangan, melainkan dengan cara-cara disertai seni-seni komunikasi tertentu yang merupakan objek studi ilmu komunikasi. Yang penting dalam pengertian ini adalah bahwa humas merupakan tugas semua pimpinan organisasi, apakah organisasi itu berbentuk jawatan, perusahaan dan sebagainya. Yang memiliki publik internal dan publik ekstern sebagai sasaran kegiatan.

Dalam sebuah organisasi yang tidak dilengkapi dengan bagian Humas, tidak berarti tidak ada kegiatan kehumasan. Ada yang melakukannya adalah pimpinan organisasi itu sendiri.

- b. Hubungan Masyarakat sebagai Metode Komunikasi

Humas sebagai metode komunikasi sering disebut humas sebagai lembaga (*public relations*)

as state of being). Humas sebagai lembaga umumnya hanya terdapat pada organisasi-organisasi besar karena kegiatan berkomunikasi dengan publik tidak mungkin dilakukan oleh si pemimpin organisasi sendiri.

Seperti telah dijelaskan, kegiatan humas sebenarnya harus dilaksanakan oleh pemimpin organisasi sendiri. Akan tetapi, oleh karena publik yang menjadi sasaran kegiatan terlalu banyak jumlahnya, baik yang berada didalam maupun diluar organisasi, maka dibentuklah suatu bagian khusus untuk melaksanakan kegiatan itu, dengan nama bagian humas, seksi humas, biro humas, urusan humas atau istilah-istilah lain sesuai dengan straktur organisasi bersangkutan. Jadi, teknik-teknik komunikasi yang seharusnya dilakukan oleh pemimpin organisasi, kini dilembagakan dengan seseorang yang ditugaskan untuk mengepalainya, dan lazim disebut Kepala Hubungan Masyarakat yang disingkat sebagai Kahumas terjemahan dari *Public Relations Officer* yang biasa disingkat PRO (Effendy, 2002:18-19).

Dalam organisasi yang kecil, tugas humas dilaksanakan oleh pimpinan sendiri atau sekretaris pimpinan. Dalam usaha komersial, humas merupakan bagian dari pemasaran. Selain itu masih banyak lagi bentuk humas yang mungkin terjadi (Tondowidjojo, 2004:9).

Humas merupakan perantara antara pimpinan dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai publik mereka berhak mengetahui rencana kebijaksanaan, aktivitas, program kerja dan rencana-rencana usaha suatu organisasi atau perusahaan berdasarkan keadaan, harapan-harapan, keinginan-keinginan publik sebagai sasarannya. Humas adalah hubungan yang terbuka dengan

masyarakat. Humas memasyarakatkan kebijakan untuk mempengaruhi pendapat masyarakat, atau suatu penyebaran pengaruh secara sadar dan terencana (Effendy, 2006:20). 1)

1) Fungsi Humas

Fungsi humas menurut Cutlip & center and Candfield dalam Ruslan (2012:19) pada bukunya "*manajemen Humas dan Manajemen komunikasi (konsep dan aplikasi)*" fungsi humas yaitu:

- a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi)
- b. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- c. Melayani keinginan publik dan memberi sumbang saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
- d. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publik atau sebaliknya, demi tercapainya citrapositif bagi kedua belah pihak.

2) Hubungan Masyarakat dalam Organisasi

Renald Kasali, dalam bukunya *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, menyatakan fungsi *Public Relations* atau Manajemen Humas adalah: "Fungsi manajemen humas yang bertujuan menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan atau produknya

terhadap segmen masyarakat, yang kegiatannya langsung ataupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan dan produknya.

Secara struktural, humas merupakan bagian integral dari suatu lembaga/ organisasi. Artinya, humas merupakan salah satu fungsi manajemen modern yang bersifat melekat pada manajemen perusahaan.

Menurut Anggoro (2005:1), Humas merupakan bagian terpenting yang diperlukan oleh setiap perusahaan, organisasi, bahkan instansi pemerintahan, baik yang bersifat komersial maupun non komersial. Apalagi perusahaan yang berskala besar sangat memerlukan humas untuk meningkatkan atau memajukan sebuah perusahaan atau instansi. Artinya humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan “*banjir informasi*” seperti saat ini.

Humas merupakan metode ilmu komunikasi sebagai salah satu kegiatan yang mempunyai kaitan dengan suatu organisasi. Oleh sebab itu ada bentuk yang dilihat terkait dengan kegiatan, serta diklasifikasikan kedalam dua bentuk, internal (karyawan, pemegang saham, manajer, direktur dan lain sebagainya) dan eksternal publik, yaitu orang yang berada diluar organisasi yang jelas mempunyai kaitan kepentingan yang diharapkan memiliki kaitan kepentingan dalam rangka menjalin hubungan baik. Setiap lembaga formal maupun nonformal tidak akan terlepas dari fungsi humas didalamnya. Humas merupakan salah satu bidang terpenting dalam organisasi, karena lewat humas suatu lembaga dapat mensosialisasikan program-program yang telah di rencanakan.

Karena ada begitu banyak faktor yang mempengaruhi kemunculan humas

dalam organisasi, maka beberapa organisasi besar kadang-kadang hanya mempunyai departemen atau bagian humas yang kecil. Bahkan para praktisi sendiri tidak sepakat dalam hal seperti apa struktur dan tempat terbaik untuk fungsi humas di berbagai tipe organisasi. Konsekuensinya, bagian humas internal dibuat secara timbal-balik agar sesuai dengan organisasi dan situasi khususnya, terutama agar sesuai dengan harapan pimpinan (Cutlip, 2009:62).

Humas merupakan salah satu fungsi manajemen yang bersifat melekat pada perusahaan (*corporate management Junction*). Itu berarti bagaimana humas dapat berperan dalam melakukan komunikasi timbal balik (*to way communication*) dengan menciptakan saling mengerti (*mutual understanding*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling mempercayai (*mutual confidence*), menciptakan (*good will*), memperoleh dukungan publik (*public support*), dan sebagainya demi terciptanya citra positif bagi suatu lembaga atau perusahaan (*corporate image*).

Konsep Pilkada Serentak

Pilkada atau pemilihan kepala daerah merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di daerah. Hal ini merupakan bagian dari perkembangan sistem penyelenggaraan pemerintahan Negara Republik Indonesia yang mengalami berbagai perubahan. Perubahan yang dimaksud adalah prinsip otonomi yang berarti keleluasaan untuk mengatur daerahnya sendiri pada setiap daerah.

Pilkada serentak adalah proses pemilihan kepala daerah (baik itu tingkat provinsi maupun tingkat kabupaten dan kota) dalam lingkup wilayah atau kawasan tertentu yang dilakukan secara serentak atau dalam waktu yang bersamaan.

Dikutip di Wikipedia, bahwa Pemilihan kepala daerah (Pilkada atau Pemilukada) dilakukan secara langsung oleh penduduk daerah administratif setempat yang memenuhi syarat. Pemilihan kepala daerah dilakukan satu paket bersama dengan wakil kepala daerah. Kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dimaksud mencakup:

a. Gubernur dan wakil gubernur untuk provinsi

b. Bupati dan wakil bupati untuk kabupaten

c. Wali kota dan wakil wali kota untuk kota

Pemilihan kepala daerah dilakukan satu paket bersama dengan wakil kepala daerah. Sebelum tahun 2005, kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, kepala Daerah dipilih secara langsung oleh rakyat melalui pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah atau disingkat Pilkada.

Pilkada serentak memiliki sejumlah keuntungan. Menurut, Djohermansyah mengatakan dengan adanya Pilkada serentak, maka perencanaan pembangunan lebih sinergi antara pusat dan daerah. Lalu, kata dia, rakyat tidak perlu berulang kali ke bilik suara. Keuntungan lainnya, bila ada sengketa, untuk dibatasi waktu jika sengketa melalui pengadilan. Sehingga tahapan tidak terganggu.

Jika Penyelenggara hanya sekali atau dua kali melaksanakan Pilpres dan Pilkada. Pelantikan dapat dilakukan serentak oleh presiden dan atau MDN (Menteri Dalam Negeri). Dan atau oleh Gubernur. Sehingga Pilkada serentak ini memiliki

Menurut, Djohermansyah kelemahan adanya Pilkada serentak membuat kepemimpinan pejabat

sementara dapat mencapai dua tahun sehingga kurang efektif. Ia juga mengatakan Pilkada serentak dapat memenuhi kriteria efektif dan efisien apabila Pemilihan Gubernur dilakukan secara langsung oleh rakyat dengan satu pemilihan dua kertas suara. Selain itu kelemahannya adalah jika terjadi eksekusi Pilkada (Kerusuhan) yang bersamaan mengancam stabilitas nasional dan penanganannya membutuhkan sumber daya yang besar termasuk dana dan gelar pasukan yang belum merata diseluruh daerah. Konstrain penyelesaian sengketa Pilkada, dimana waktunya terbatas sementara jumlah sengketa banyak. Pilkada serentak ini pun memiliki kelemahan di pengawasan Pilkada yang relatif sulit. Lalu, tidak ada referensi penyelenggara Pilkada serentak dinegara lain.

METODE

Jenis penelitian yang di gunakan adalah jenis penelitian deskriptif Kualitatif, yang dapat di artikan sebagai proses pemecahan masalah yang di selidiki dengan melukiskan keadaan subyek dan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya.

Lokasi penelitian ini di Kantor Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis, yang mana tempat ini merupakan lembaga pelaksana Pilkada serentak pada tahun 2015.

Waktu penelitian ini dimulai dari bulan September 2015 - Januari 2016.

Subjek penelitian ini adalah peran Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis dalam sosialisasikan Pilkada serentak tahun 2015. Sedangkan objeknya adalah Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis dan Tokoh Masyarakat Bengkalis yang berjumlah 7 orang terdiri dari;

- a. Kepala Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis
- b. Juru Bicara Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis
- d. Tokoh Pelajar Bengkalis
- e. Tokoh Adat
- f. Tokoh Agama

Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi
Observasi Partisipant dengan cara melibatkan diri atau menjadi bagian lingkungan sosial (organisasi) tengah diamati melalui teknik partisipasi dapat memperoleh data relatif lebih akurat dan lebih banyak, karena peneliti secara langsung mengamati perilaku dan kejadian atau peristiwa dalam lingkungan sosial tertentu (Ruslan, 2006:35).
- b. Wawancara
Lexy J. Moleong (2004:186), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Adapun maksud wawancara adalah mengkontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan sebagainya.
- c. Dokumentasi
Metode dokumentasi adalah suatu teknik mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat-surat, majalah, notulen, lengger, agenda dan sebagainya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penulis gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang di teliti dalam bentuk kalimat, penarikan kesimpulan yang kemudian di pisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti dapat mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis dalam Pilkada serentak tahun 2015. Pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak pada Desember tahun 2015 sudah lama pemerintah persiapan mulai dari peraturan perundangan-undangan serta pendanaan. Pilkada serentak yang telah diresmikan oleh ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) di Kantor KPU Pusat, Pilkada serentak ini penting, karena jadi momentum bangsa untuk memilih kepala daerah secara masif yang terorganisir dan terstruktur.

Pilkada serentak gelombang pertama akan dilaksanakan pada 9 Desember 2015. Gelombang ini untuk kepala daerah dan wakil kepala daerah yang memasuki akhir masa jabatan pada tahun 2015 dan semester pertama 2016. Kemudian gelombang kedua dilakukan pada Februari 2016 untuk semester kedua tahun 2016 dan seluruh daerah yang jatuh pada 2017. Sedangkan gelombang ketiga dilaksanakan pada Juni 2018 untuk yang tahun 2018 dan tahun 2019. Dilaksanakan pilkada serentak dilatabelakangi bahwa pemilihan kepala daerah serentak supaya tercipta efektivitas dan efisiensi anggaran.

Segala persiapan dan niat baik dari KPU RI untuk melaksanakan Pilkada harus disertai dengan keberhasilan dalam pelaksanaan pesta

demokrasi itu. Hal tersebut harus dimulai dengan tahapan sosialisasi kepada masyarakat bahwa pada Desember 2015 akan dilaksanakan pilkada serentak, khususnya Pilkada di kabupaten Bengkalis, Riau. Karena menurut jadwalnya Kabupaten Bengkalis masuk dalam rencana Pilkada serentak gelombang pertama pada Desember mendatang. Dalam hal ini pemerintahan kabupaten Bengkalis telah menyiapkan anggaran sebesar Rp 47 miliar untuk menyongsong perhelatan demokrasi. Menjadi permasalahan ialah ketika banyaknya masyarakat di kabupaten Bengkalis selaku pemilik suara belum banyak mengetahui bahwa Desember 2015 akan dilaksanakan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bengkalis akibat kurangnya sosialisasi mengenai Pilkada serentak. Banyaknya masyarakat tidak tahu ketika penulis tanyakan mengenai pada Desember 2015 akan dilaksanakan Pilkada di Kabupaten Bengkalis. Bisa penulis sementara bahwa sosialisasi Pilkada serentak Desember mendatang belum optimal.

Humas sangat memiliki jabatan yang penting bagi instansi, karena Humas terlibat dan bersifat integrative dalam manajemen organisasi. Humas harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut. Dengan demikian pihak lain mau dan tertarik dengan senang hati, serta merasa puas membangun relasi dan menggunakan jasanya.

Peran humas selain bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut dimata publik. Pentingnya peran Humas instansi dan lembaga pemerintah dalam masyarakat modern yaitu mensosialisasikan Pilkada serentak yang akan dihelat kabupaten

bengkalis Desember 2015 mendatang menjadi tanggung jawab Humas Pemerintahan Bengkalis selaku penyambung lidah pemerintahan Bengkalis ke masyarakat. Dari hasil penelitian yang dilakukan strategi komunikasi yang dilakukan melalui tahap :

- a. Mengenali sasaran komunikasi yaitu membuat program sosialisasi dengan mengadakan rapat dengan pihak terkait dalam pelaksanaan pilkada serentak guna mensukseskan sosialisasi yang akan diberikan kepada masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Bengkalis sehingga pilkada serentak akan tercapai dengan target yang telah ditentukan.
- b. Pemilihan media komunikasi yaitu pihak humas dan tokoh yang terkait telah menetapkan media komunikasi yang efektif guna penyampaian pesan langsung kepada masyarakat luas sehingga tugas pihak humas dan tokoh lainnya dapat terbantu melalui media yang digunakan tersebut.
- c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi yaitu pihak humas telah melakukan himbauan baik secara langsung maupun melalui tokoh-tokoh dalam kegiatan sosialisasi guna melaksanakan pilkada serentak. Hal yang sama juga dilakukan tokoh lain seperti tokoh agama dan pelajar yang bertugas menyampaikan masalah pilkada serentak melalui kegiatan sosialisasi.
- d. Peranan komunikator dalam komunikasi dapat berjalan dengan baik didukung oleh pihak-pihak yang terkait dalam sosialisasi ini. Pihak-pihak tersebut saling bekerja sama dan

mensukseskan sosialisasi yang akan berdampak pada suksesnya pilkada serentak ini. Banyak upaya yang telah dilakukan oleh Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis untuk menciptakan pilkada yang kondusif.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis telah melalui beberapa proses yaitu:

- a. Mengetahui khalayak: Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis akan dapat melakukan komunikasi tepat sasaran sesuai karakteristik masyarakatnya.

Bengkalis bukan termasuk kota yang besar dengan rata-rata mata pencaharian masyarakat adalah petani dan PNS. Maka dari itu Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis melakukan pendekatan emosional /persuasif.

- b. menyusun pesan: Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis dapat melakukan komunikasi dua arah yang dimana kepada masyarakat untuk memberikan masukan dan pendapat untuk sukseskan pilkada. Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis Menggunakan tokoh masyarakat, pemuka agama dan organisasi/lembaga sebagai agen-agen sosialisasi.

- c. menetapkan metode: Dapat mewujudkan pemilu yang langsung, umum bebas, rahasia, jujur, adil, edukatif dan beradab, dengan demikian maka Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis dipercaya dalam penyelenggara yang profesional dan berkompeten dalam menyapaikan informasi pilkada.

- d. pemilihan media: Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis dapat melakukan komunikasi tatap muka, upaya komunikasi tatap muka melalui Lobi-lobi dan Seminar (workshop). Media yang digunakan oleh Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis dalam strategi komunikasi antara lain: televisi, radio, dan media cetak (sticker, baliho, banner/spanduk, poster).

- e. Strategi komunikasi yang telah dilakukan membawa pilkada kabupaten Bengkalis berjalan dengan kondusif dan di saat pilkada berlangsung tidak ada gesekan-gesekan yang merujuk pada kerusuhan.

- f. Adapun pendorong suksesnya pilkada kabupaten Bengkalis yaitu stabilisasi sosial dan keamanan daerah yang telah bekerja sama dan menjalin komunikasi yang baik dengan pihak Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis untuk membantu terwujudnya kondisi ini. Adapun faktor penghambat yaitu sulit untuk bisa mencapai angka mendekati 100% (80-90%), padahal disisi Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis tidak henti-hentinya melakukan sosialisasi kepada masyarakat luas. Bukan salah pemilih/masyarakat untuk tidak mau datang ke TPS, tapi memang karena tidak memilih pun juga hak mereka.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Dari pengenalan sasaran komunikasi diketahui bahwa sebelum melakukan sosialisasi Pilkada serentak di Kabupaten Bengkalis maka dilakukan rapat guna merencanakan sosialisasi yang akan diselenggarakan serta objek yang akan dituju untuk sosialisasi agar dalam pelaksanaannya sosialisasi dapat berjalan dengan lancar.
- b. Dari pemilihan media komunikasi dilakukan dengan membuat selebara-selebaran atau pamphlet mengenai pilkada serentak guna menambah informasi bagi masyarakat yang membacanya dan dapat membantu melancarkan sosialisasi yang akan diselenggarakan sebelum pelaksanaan Pilkada serentak di Kabupaten Bengkalis.
- c. Dari pengkajian tujuan pesan komunikasi diketahui pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan sosialisasi Pilkada di Kabupaten Bengkalis harus lebih fokus terutama dalam menyampaikan tujuan dari sosialisasi tersebut agar masyarakat di Kabupaten Bengkalis lebih mengerti makna Pilkada serentak.
- d. Dari peranan komunikator dalam komunikasi dapat dilihat dari dampak positif yang dihasilkan dalam sosialisasi pilkada serentak di Kabupaten Bengkalis yang mana semua pihak yang terkait dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan fungsi yang telah ditetapkan sebelum sosialisasi dilakukan.

SARAN

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan kepada Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis yaitu :

- a. Bagi Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis agar menaruh perhatian yang lebih serius dalam hal sosialisasi kepada masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Bengkalis yang terdaftar sebagai pemilih tetap. Pemilihan media secara tepat dan efisien sangat berperan penting dalam hal menekan golput di daerah Kabupaten Bengkalis.
- b. Dalam pelaksanaan sosialisasi ini hendaknya lebih menggunakan media pendukung dalam pelaksanaan komunikasi misalnya lebih menyemarakkan pamphlet atau iklan-iklan melalui media elektronik daerah yang mana lebih memberikan informasi kepada masyarakat.
- c. Diharapkan bagi tokoh pemuda dan agama yang terkait dapat dalam pelaksanaan sosialisasi agar lebih maksimal lagi dalam pelaksanaannya karena dapat memiliki pengaruh besar bagi penyampaian informasi untuk masyarakat secara langsung.
- d. Diharapkan kepada masyarakat, media dan Humas Pemerintahan Kabupaten Bengkalis saling bekerjasama dalam menyebarluaskan informasi mengenai pilkada serentak, agar kepercayaan masyarakat yang selama ini rendah kepada penyelenggara dan peserta pada pilkada serentak bisa meningkat pada pilkada selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurchman, Oemi, *Dasas-Dasar Public Relations*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003
- Amsyah Zulkifli. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta. Garamedia Pustaka Utama. 2005
- Arni, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta. Bumi Aksara. 2005
- Cutlip. M. Scott. dkk., *Efektif Public Relations*, Jakarta: Kencana, 2009
- Effendy, Onong Uchjana. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung. Remaja Rosdakarya. 2002
- _____. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. 2003
- E.St Harahap, dkk. *Kamus besar bahasa Indonesia*. Bandung. Balai Pustaka. 2007
- Frazier Moore. *Hubungan Masyarakat*. Remaja Rosdakarya. Bandung. 1993
- Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. 2006
- _____. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. 2007
- Husaini. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta. PT. Bumi Aksara. 2006
- John Tondowidjojo, *Dasar dan Arah Public Relations*, Jakarta: Grasido, 2004
- Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*: Jakarta: Bumi Aksara, 2005
- Malayu, S.P. Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. PT Bumi Aksara. 2007
- Moeloleng, Lexy. J. *Metode Penelitian Kualitati*. Bandung. Rosda Karya. 1993
- _____, *Metode Penelitian Kualitati*. Bandung. Rosda Karya. 2004
- Rachmadi. F. *Public Relation dalam Teori dan Praktek*, Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 1993
- Rosady Ruslan. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarata. PT. Raja. Grafindo Persada. 2006
- _____, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- _____, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian, suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta. Bina Aksara. 1989
- Uchjana Onong. *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Citra Aditya Bakti. 1992

[http://abisimiskin.blogspot.com/2015/03/
teori-organisasi-human-
relations.html](http://abisimiskin.blogspot.com/2015/03/teori-organisasi-human-relations.html)

http: news. liputan6.
corn/read/2215484/kpu-
resmikan-pelaksanaan-pilkada-
serentak-2015 diakses pada 15
Juli 2015, pukul 16:58 Wib

[http://www.kpu.go.id/index
host/read/2015/3829/Arie-
Tujuan-Pilkada-Serentak- Untuk-
Terciptanya-Efelaivitas-dan-
Efisiensi-Anggaran](http://www.kpu.go.id/indexhost/read/2015/3829/Arie-Tujuan-Pilkada-Serentak-Untuk-Terciptanya-Efelaivitas-dan-Efisiensi-Anggaran) diakses pada
15 Juli 2015, pukul 17:09 Wib

[http://riauterkini.com/poliiikphp?arr=916
77&judul=:%20DisiapIcan%20A
nggaran%20
Rp47%20M,%20%20Bupati%20
Bengkalis%20Hadiri%20Rakor%
20Persiapan
%20Pilkada%20Serentak](http://riauterkini.com/poliiikphp?arr=91677&judul=:%20DisiapIcan%20Anggaran%20Rp47%20M,%20%20Bupati%20Bengkalis%20Hadiri%20Rakor%20Persiapan%20Pilkada%20Serentak) Diakses
pada 15 Juli 2015 pukul 16: 54
Wib